

## Una panorámica del 'Agronegocio' brasileño

**Luis Márquez**

En Brasil se celebran numerosas ferias agrícolas, dada las características de las diferentes regiones en un país que puede considerarse como un 'continente'. De todas ellas, por su proyección internacional, Agrishow puede considerarse como la más importante, aunque se celebre en una región en la que la caña de azúcar prácticamente lo ocupa todo.

Los grandes grupos industriales utilizan Agrishow para el lanzamiento de sus nuevos productos y los visitantes extranjeros acuden con preferencia, posiblemente como consecuencia de la 'proximidad' a la ciudad de São Paulo, aunque la infraestructura hotelera de Riberão Preto no facilita el alojamiento de los visitantes.

A diferencia de los que sucede en las ferias europeas, Agrishow es una feria en la que se hacen muchas ventas directas. En todos los stands los concesionarios de cada región tienen su mesa o su pequeño despacho en el que atienden a los clientes y se cierran las ventas, con el apoyo de la entidad financiera integrada en el stand. En Brasil prácticamente todas las compras de maquinaria se realizan con financiación banca-



ria, y, en situaciones especiales, con financiación subvencionada, como en el equipamiento para el programa de 'Mais Alimentos', en lo que la tasa de interés anual es del 2%, con tres años de carencia y diez años para devolver el préstamo.

Esto hace que sea difícil vender en Brasil sin contar con fábrica en el país, ya que es complicado conseguir financiación; además de que los brasileños prefieren comprar productos locales frente a los importados. Fabricar en otros países de MERCOSUR no aporta ninguna ventaja; más bien ciertos inconvenientes por las tensiones entre los países más representativos.

La visita a Agrishow sirve para tomar el pulso al 'Agrone-

gocio' brasileño que condiciona las ventas de maquinaria agrícola. En Brasil, con un crecimiento de la economía general de un 2.7 de Producto Interior Bruto durante 2011, el agropecuario crece el 3.9%. Más del 38% de las exportaciones de Brasil y un tercio de los empleos se deben al sector agropecuario.

Esto hace que el sector de máquinas agrícolas vendidas (tractores y cosechadoras) alcancen la cifra de 65 300 unidades en 2011, además de otras 18 000 exportadas, con una facturación total de máquinas e implementos agrícolas de 10 mil millones de reales, frente a los 7.4 mil millones del año 2010, lo que indica un crecimiento del 34%. Se espera que las ventas en Agrishow 2012 hayan alcanzado los 2 mil millones de reales.

Las cifras de negocio para el 2012 serán previsiblemente estables, con tractores y cosechadoras de más potencia, aunque se reduzca el número de unidades. Esto es como consecuencia de la reducción del ritmo en el programa de 'agricultura familiar', que financia tractores de baja potencia, y el crecimiento de la agricultura empresarial en explotaciones agrícolas de gran dimensión.

A diferencia de lo que ofrece ExpoInter, que se celebra en Río Grande do Sul, donde predomina la actividad ganadera y en el segmento agrícola el arroz y el tabaco, en Agrishow, la caña de azúcar es una referencia, con todo el proceso productivo incluido el de la cadena de transporte, pero también la maquinaria para el café, para la yuca, y todo lo relacionado con los grandes cultivos: sembradoras, pulverizadores y cose-



chadoras, y, por supuesto, los tractores y sus componentes (especialmente neumáticos), sin olvidar la aviación agrícola, de gran importancia en la agricultura brasileña.

A lo largo de los años se ha podido apreciar un aumento considerable de la oferta de equipos para riego, mercado en el que entran con fuerza los grandes grupos industriales, como es el caso de John Deere.

La presencia de empresa que comercializan componentes es reducida, y no se encuentra bien sectorizada, ya que en los pabellones cubiertos, en los que se instalan los pequeños stands, estas empresas se mezclan con otras que ofrecen artesanías y productos de consumo. Hay que destacar la presencia de un



pabellón en el que se concentra la oferta de empresas italianas apoyadas por UNACOMA, algunas de las cuales ofrecen primeros equipos para los fabricantes brasileños.

Como todo no puede ser perfecto, la climatología en la semana anterior a la feria y en el día de la inauguración, no dio facilidades a expositores y visitantes. La lluvia intensa hizo que los visitantes se concentraran en los stands cubiertos, lo que parece que fue bueno para las ventas. Estas situaciones son frecuentes en las ferias que se

celebran en campo abierto, y de Agrishow, pudimos traernos, además de una buena impresión de las perspectivas en el sector de la maquinaria en Brasil, una muestra representativa del barro de los suelos rojos del cerrado brasileño en nuestras botas, para completar nuestro archivo de ropa con tierra en forma de polvo que guardamos de ferias anteriores. ■

